

Press release

PR0627

O2 ANUNCIA SUS RESULTADOS DEL TERCER TRIMESTRE

Publicado: 13 Noviembre 2006

Indicadores clave a 30 de Septiembre de 2006:

Ingresos de servicio móvil en el tercer trimestre (en moneda constante):

- Los ingresos netos de servicio de O2 UK crecieron interanualmente un 14,9%;
- Los ingresos netos de servicio de O2 Germany crecieron interanualmente un 6,1%;
- Los ingresos netos de servicio de O2 Ireland cayeron interanualmente un 1,7%;
- Los ingresos netos de servicio de O2 Czech Republic crecieron interanualmente un 6,5%.

ARPU (12 meses rolling ARPU):

- ARPU total O2 UK £272 (Q2 2006: £271; Q3 2005: £265)
- ARPU total O2 Germany €299 (Q2 2006: €308; Q3 2005: €343)
- ARPU total O2 Ireland €545 (Q2 2006: €551; Q3 2005: €551)
- ARPU total O2 Czech Republic CZK6.089 (Q2 2006: CZK6.083; Q3 2005: CZK6.143)

Negocio de datos en el tercer trimestre

- El volumen de SMS del Grupo creció un 26% interanualmente hasta 6,49 billones de mensajes

Objetivos Financieros

- 11 meses hasta 31 Diciembre 2006
 - El crecimiento de ingresos de servicio de O2 UK se incrementa, mientras que el margen se reduce
 - El crecimiento de ingresos de servicio de O2 Germany se reduce, manteniéndose el margen respecto al previamente anunciado
- 12 meses hasta 31 Diciembre 2006
 - Objetivo de OIBDA de República Checa incrementado, se mantiene guidance de ingresos respecto al previamente anunciado

Peter Erskine, Presidente & Consejero Delegado de O2, comentó:

“O2 ha continuado avanzando como parte del grupo Telefónica y en el tercer trimestre hemos mantenido el momentum en mercados altamente competitivos, sumando 812.000 clientes celulares, llevando la base total de clientes celulares hasta 34,4 millones, un 14% por encima del año pasado.

En el Reino Unido hemos sumado 524.000 nuevos clientes, impulsados por nuestras ofertas enfocadas al cliente y nuestra estrategia de tratar por igual a los clientes nuevos y a los existentes. El churn de contrato se ha reducido de nuevo, por quinto trimestre consecutivo, mientras que las altas brutas han crecido un 15% interanualmente, permitiendo sostener en el tercer trimestre el buen comportamiento del negocio registrado en la primera mitad del año. Este ritmo de crecimiento mayor del esperado nos ha permitido de nuevo incrementar el guidance de ingresos de servicio, de manera que ahora esperamos un crecimiento del 14% al 15% interanual para el periodo de 11 meses finalizado en Diciembre de 2006.

En Alemania sumamos 294.000 nuevos clientes en el trimestre, llevando la base total a 10,629 millones, lo que representa un 19% de crecimiento interanual. El mercado continúa siendo altamente competitivo, lo que, unido al recorte en las tarifas de terminación, ha contribuido a la caída del ARPU de los últimos doce meses, aunque el ARPU trimestral se ha incrementado respecto al del trimestre anterior. Continuamos monitorizando la dirección futura de esta tendencia. Nuestra joint venture Tchibo continuó mostrando un buen comportamiento, sumando 50.000 clientes. Hemos ajustado el guidance de final de año de Alemania para reflejar el crecimiento de ingresos de servicio ligeramente inferior al esperado que hemos visto en los primeros ocho meses del año y el incremento de la actividad comercial que prevemos en el cuarto trimestre.

En la República Checa, O2 ha añadido 55.000 nuevos clientes de telefonía móvil en la modalidad de contrato, elevando a 37,4% el porcentaje de contrato sobre el total de clientes, en comparación con el 30,9% alcanzado en Septiembre de 2005, lo que demuestra el éxito de la estrategia continuada de migración de clientes de prepago a contrato. En relación con nuestro negocio de telefonía fija, el número total de líneas ADSL conectadas al final de Septiembre ha sido 427.000, en comparación con las 221.000 de Septiembre de 2005.

En un mercado muy competitivo O2 Ireland ha mostrado un buen comportamiento, sumando 16.000 nuevos clientes de contrato, terminando el trimestre con una base de clientes total de 1,603 millones, un 2% superior a la del mismo periodo del año anterior.

Airwave continúa progresando en la obtención de nuevos contratos y en el despliegue de servicios para nuevos clientes. Durante el trimestre, el Servicio de Ambulancias Escocés ha firmado un contrato por un periodo de 10 años por un valor aproximado de 50 millones de libras, mientras que el desarrollo del servicio de Airwave para la agrupación de ambulancias de Inglaterra progresa adecuadamente con 3 de estas agrupaciones ya preparadas para prestar el servicio, con lo que se completa la primera fase del programa de ambulancias.”

DATOS FINANCIEROS

Los resultados del Grupo O2 recogen los resultados de O2 UK, O2 Germany, O2 Ireland y O2 Airwave en el periodo de 8 meses finalizado el 30 de Septiembre de 2006. También incluye los resultados de be* desde el 1 de Julio de 2006 y de Decision Focus desde el 1 de Agosto de 2006.

Resultados Consolidados del Grupo O2

Datos no auditados

	3 meses finalizados el 30 Septiembre 2006	Periodo finalizado el 30 Septiembre 2006
	Millones euros	Millones euros
Importe neto de la cifra de negocios	3.003,5	7.635,0
Trabajos para inmovilizado ⁽¹⁾	49,2	132,7
Gastos por Operaciones	(2.238,2)	(5.666,6)
Otros ingresos (gastos) netos	(22,5)	(46,3)
Resultado de enajenación de activos	(5,5)	(10,2)
Bajas de fondos de comercio y activos fijos	0,0	0,0
Resultado operativo antes de amort. (OIBDA)	786,4	2.044,6

(1) Incluye obra en curso

El CapEx del Grupo O2 para el periodo de 8 meses finalizado el 30 de Septiembre alcanzó los 1.483,1 millones de euros.

A 30 de Septiembre de 2006, Telefónica O2 Europe incluye los resultados del Grupo O2 del periodo de 8 meses finalizado el 30 de Septiembre de 2006, así como los resultados de Telefónica O2 Czech Republic y Telefónica Deutschland del periodo de 9 meses finalizado en Septiembre de 2006. También incluye los resultados de be* desde el 1 de Julio de 2006 y de Decision Focus desde el 1 de Agosto de 2006.

Resultados Consolidados de Telefónica O2 Europe

Datos no auditados

	3 meses finalizados el 30 Septiembre 2006	Periodo finalizado el 30 Septiembre 2006
	Millones euros	Millones euros
Importe neto de la cifra de negocios	3.606,71	9.434,3
Trabajos para inmovilizado ⁽¹⁾	64,2	161,9
Gastos por Operaciones	(2.603,0)	(6.733,9)
Otros ingresos (gastos) netos	(23,16)	(53,8)
Resultado de enajenación de activos	(3,9)	(8,8)
Bajas de fondos de comercio y activos fijos	(0,1)	(1,5)
Resultado operativo antes de amort. (OIBDA)	1.040,7	2.798,2

(1) Incluye obra en curso

El CapEx de Telefónica O2 Europe para el periodo finalizado el 30 de Septiembre de 2006 ascendió a 1.675,2 millones de euros.

ASPECTOS DESTACADOS ESTRATEGICOS Y OPERATIVOS

Lanzamiento de la marca O2 en la República Checa

A partir del día 1 de septiembre, nuestro negocio en la República Checa ha adoptado la marca de O2 con el aval de su matriz, Telefónica, para todos sus servicios, fijos y móviles, reemplazando las marcas existentes Cesky Telecom y Eurotel. El programa de cambio de marca es el mayor que se ha acometido hasta la fecha en la República Checa. Al mismo tiempo, se han lanzado una serie de nuevos productos bajo la marca O2, de entre los que destaca O2 TV, el servicio de televisión IP

basado en la plataforma Imagenio desarrollada por Telefónica. Con la adopción de la marca O2 nuestro negocio checo está bien posicionado para ofrecer a nuestros clientes soluciones para todas sus necesidades de telecomunicación.

Licencia de telefonía móvil en Eslovaquia

El 7 de agosto, a Telefónica O2 Eslovaquia, 100% subsidiaria de Telefónica O2 República Checa, le fue concedida una licencia para operar redes GSM y UMTS en Eslovaquia por un periodo de 20 años. Esta nueva operación es una extensión orgánica del actual negocio en la República Checa y aprovechará sinergias en áreas como red y funciones de respaldo a las operaciones. Juraj Sedivy, anterior CFO del negocio en la República Checa, ha sido nombrado CEO. El negocio en Eslovaquia usará la marca O2 y su lanzamiento comercial está previsto para el primer trimestre de 2007.

Lanzamiento de servicios DSL en Alemania

Después del cierre del tercer trimestre, el 27 de Octubre, O2 Alemania lanzó su oferta de servicios DSL, apoyada por una amplia campaña publicitaria. O2 es el único proveedor de servicios de comunicación integrados en Alemania que ofrece servicios móviles, fijos e Internet en una única factura mensual, apoyado en un único número de servicio al cliente y tarifas mensuales muy competitivas. Los clientes pueden elegir entre tres paquetes diferentes de DSL que incluyen acceso a Internet y llamadas a líneas fijas, recibiendo un descuento si son también clientes celulares de O2.

Tarifa “High roamer” lanzada como parte de My Europe

Después del cierre del trimestre O2 UK, conjuntamente con movistar en España, lanzaron un nuevo servicio “high roamer” orientado a viajeros frecuentes, que elimina el cargo por recibir llamadas en el extranjero. Esta es la segunda de las promociones lanzadas bajo el programa “My Europe”, el conjunto de planes de precios de roaming a bajo coste para clientes europeos de O2 y movistar. La tarifa estará inicialmente disponible para los clientes de O2 UK que viajen a España y en la primera mitad del año que viene el servicio se expandirá a más de 35 países en Europa. Para los clientes movistar, la tarifa está disponible en 33 destinos en Europa. El servicio “high roamer” se ha introducido también por Telefónica O2 Czech Republic y complementa la primera oferta del programa My Europe, que se lanzó en el verano y ofrecía a los clientes que disfrutaban de vacaciones en Europa un conjunto de servicios de roaming de voz con independencia de la red de telefonía móvil utilizada.

RESULTADOS TERCER TRIMESTRE

O2 UK

En el tercer trimestre del ejercicio 2006, los ingresos de servicio presentaron un crecimiento interanual del 14,9%. A nivel acumulado, en el periodo Febrero-Septiembre 2006, los ingresos han crecido un 15,0% en términos interanuales hasta alcanzar 2.785 millones de libras, impulsados por el fuerte crecimiento de la base de clientes y del ARPU.

El margen OIBDA para el periodo de ocho meses finalizado en Septiembre de 2006 se ha situado en el 27,6%, reflejando el elevado ritmo actual de crecimiento de clientes. O2 UK continuará dando prioridad al crecimiento durante el resto del año, si éste procede de la captación de clientes de alto valor. El OIBDA en el periodo de ocho meses hasta Septiembre 2006 se ha situado en 837 millones de libras.

A pesar de que durante el trimestre ha continuado la presión competitiva en el mercado, el negocio continúa presentando un buen comportamiento, habiendo registrado un 15% de crecimiento

interanual en el número total de altas brutas. La ganancia neta del trimestre se ha situado en 524.000 clientes, alcanzando la base de clientes de O2 UK los 17,338 millones, lo que supone un 15% de crecimiento respecto al mismo periodo del ejercicio anterior. Esta cifra excluye la base de clientes de Tesco Mobile.

La ganancia neta de clientes de contrato en el trimestre se ha situado en 208.000, impulsada por el incremento de altas brutas y la reducción del churn. A cierre del periodo, los clientes de contrato representaban un 35,1% de la base de clientes total, frente al 34,7% del mismo periodo del ejercicio anterior. El ARPU de contrato de los últimos doce meses se ha situado en 515 libras, 2 libras inferior al del trimestre anterior y 2 libras por encima del tercer trimestre del año pasado. El churn de contrato de los últimos doce meses, del 24%, se compara con el 30% registrado en el mismo periodo del ejercicio anterior, mostrando su quinta caída trimestral consecutiva y reflejando el continuo enfoque de la compañía en premiar la fidelidad del cliente.

La ganancia neta de clientes de prepago en el tercer trimestre ha sido de 316.000, de nuevo impulsada por el incremento de altas brutas y el menor churn. El ARPU de prepago de los últimos doce meses se ha situado en 142 libras, 7 libras por encima del tercer trimestre de 2005 y 2 libras por encima del trimestre anterior.

El ARPU total de los últimos doce meses para O2 UK ha sido de 272 libras, 7 libras superior al registrado en el tercer trimestre del ejercicio anterior y 1 libra superior al del trimestre previo, lo que refleja el continuo crecimiento en el ARPU de datos unido al mantenimiento del ARPU de voz.

Continúa aumentando el porcentaje de altas brutas realizadas a través de los canales propios de distribución de O2 UK, alcanzando el 61%. O2 UK también ha completado la adquisición de las 293 tiendas de The Link durante el trimestre, con lo que, tras ventas y re-branding de tiendas específicas, el canal de distribución minorista alcanzará alrededor de 400 tiendas. Los costes de adquisición de clientes (SAC) se mantuvieron prácticamente estables a nivel total.

El MoU trimestral se ha visto incrementado un 11% interanualmente hasta 175 minutos/mes, impulsado por promociones tales como el regalo de un 50% extra de minutos en los contratos de 18 meses y O2 Long Weekends.

El ARPU de datos de los últimos doce meses se ha situado en 83 libras, 9 libras más que en el mismo periodo del año anterior y 2 libras más que en el trimestre anterior.

El CapEx acumulado en los ocho meses hasta Septiembre (excluyendo el CapEx relacionado con la adquisición de be* y The Link) se ha situado en 350 millones de libras, destinado fundamentalmente a incrementar la cobertura de la red 3G y a la inversión en la red existente de 2G para asegurar una alta calidad del servicio.

Adicionalmente a lo anterior, O2 UK ha lanzado una serie de productos y servicios durante el trimestre, dirigidos tanto a la adquisición y retención de clientes como al crecimiento de ingresos. Entre ellos se incluyen:

- Tarifa de roaming “My Europe”, un conjunto de tarifas de voz aplicable en la Unión Europea. Los clientes de O2 disfrutaban de tarifas de 35 peniques por minuto cuando realicen o reciban llamadas dentro de la Unión Europea, con independencia de la hora y de la red de telefonía móvil utilizada;

- Promoción “Long Weekends”, que ofrece llamadas on-net gratis de sábado a lunes para clientes existentes y clientes nuevos de O2 Pay & Go, así como llamadas gratis a cualquier red de Reino Unido para los nuevos clientes de “Pay Monthly” o los clientes que migren a este contrato;
- Campaña “Be Heard”, que ofrece atención 24 horas y 7 días a la semana por parte de asesores de O2 para clientes del segmento empresa, así como una nueva tarifa Best for Business llamada “Unlimited Off-Peak”, que ofrece llamadas gratis a todos los móviles de Reino Unido y a líneas fijas durante las tardes y los fines de semana;
- Dos nuevos dispositivos de marca blanca ICE y Jet. Jet es un terminal tribanda, de gama baja, con una interfaz de usuario simple, que proporciona 540 horas en espera y 9,9 horas en conversación, batiendo a su competidor más cercano en más de un 67%.

O2 Germany

Durante el tercer trimestre de 2006, los ingresos de servicio han presentado un crecimiento interanual del 6,1%. A nivel acumulado, en el periodo Febrero-Septiembre 2006, los ingresos han crecido un 8,1% en términos interanuales hasta alcanzar 2.033 millones de euros, debido al crecimiento sostenido en la base de clientes, que ha compensado parcialmente la débil evolución del ARPU en el mercado alemán. El recorte de las tarifas de terminación de Diciembre de 2005 ha reducido el crecimiento de ingresos de servicio del tercer trimestre en más de un 4%.

El margen OIBDA para el periodo de ocho meses hasta Septiembre se ha situado en el 24,2%, por encima del previsto debido a la desaceleración en las altas brutas de clientes de contrato. El OIBDA en el periodo de ocho meses hasta Septiembre de 2006 se ha situado en 531 millones de euros.

En este entorno competitivo, O2 Germany continúa presentando un buen comportamiento. La ganancia neta de clientes en el trimestre se ha situado en 294.000, alcanzando la base total de clientes los 10,629 millones, lo que supone un crecimiento de un 19% respecto al mismo periodo del ejercicio anterior. En los últimos doce meses se ha producido un rápido incremento de la base de clientes de prepago, lo que ha provocado que representen más del 50% de la base total de clientes por primera vez. La base de clientes de Tchibo Mobile creció hasta situarse en 772.000 al final del trimestre.

O2 Germany ha registrado una ganancia neta de 96.000 clientes de contrato en el trimestre. El ARPU de contrato de los últimos doce meses al final del trimestre se ha situado en 481 euros, 7 euros por debajo del trimestre anterior y 35 euros por debajo de la cifra registrada en el mismo trimestre del ejercicio anterior. Este comportamiento refleja el impacto de la reducción, de aproximadamente el 17%, de las tarifas de terminación realizadas en Diciembre de 2004 y 2005, así como el incremento de la competencia en el mercado alemán y la introducción de nuevas ofertas para los clientes.

La ganancia neta de clientes de prepago ha sido de 198.000 en el trimestre. El ARPU de prepago de los últimos doce meses se ha situado en 111 euros, 6 euros por debajo del trimestre anterior y 22 euros por debajo del tercer trimestre del año anterior, reflejando el impacto de las tarifas de terminación, la creciente competencia, el incremento de usuarios con múltiples tarjetas SIM y el consecuente descenso en el tráfico.

Se espera que el ARPU total de los últimos doce meses a Septiembre 2006 continúe siendo el más alto del mercado alemán, situándose en 299 euros, por debajo de los 308 euros registrados en el trimestre pasado y de los 343 euros del mismo periodo del ejercicio anterior. Esta tendencia refleja el impacto de la reducción de las tarifas de interconexión, la mayor proporción de clientes prepago en la base total y la creciente presión competitiva. El recorte en las tarifas de interconexión ha

reducido el ARPU de los últimos doce meses aproximadamente 13 euros en el trimestre. Sin embargo, el ARPU trimestral se situó en 25 euros, 1 euro por encima del registrado en el segundo trimestre. Los costes de adquisición de clientes (SAC) se mantuvieron estables, cayendo de alrededor un 20% interanualmente.

El MOU trimestral ha presentado un crecimiento interanual del 5% hasta alcanzar los 124 minutos, impulsado por nuevos servicios como la tarifa plana Genion. O2 Germany cuenta con 3,8 millones de clientes de Genion (72% de la base total de contrato), habiendo optado por este servicio el 51% de las altas netas de contrato.

El ARPU de datos de los últimos doce meses ha sido de 70 euros, 1 euro por debajo del trimestre anterior y 9 euros inferior al del mismo periodo del año anterior, debido a la mayor proporción de clientes prepago, de menor consumo, en la base total de clientes. Los usuarios de datos (no SMS) han crecido un 23% respecto al mismo periodo del ejercicio anterior.

El CapEx acumulado en el periodo de ocho meses hasta Septiembre se ha situado en 745 millones de euros, explicado básicamente por las inversiones en redes 3G y 2G.

Adicionalmente a lo anterior, O2 Alemania ha lanzado una serie de productos y servicios durante el trimestre, entre los que se incluyen:

- Tarifa de roaming “My Europe”, un conjunto de tarifas de voz aplicable en la Unión Europea. Los clientes de O2 disfrutaban de tarifas de 59 céntimos por minuto cuando realicen o reciban llamadas dentro de la Unión Europea, con independencia de la hora y de la red de telefonía móvil utilizada;
- O2 Loop Alltime. Desde el 1 de agosto hasta el 27 de noviembre, la tarifa por minuto se ha reducido de 39 céntimos a 25 céntimos. Los clientes con una facturación superior a 30 euros mensuales disfrutarán de una tarifa por minuto de 15 céntimos en lugar de los 19 céntimos que pagaban anteriormente, para todas las llamadas a fijos, móviles y buzón de voz, así como de SMS a una tarifa de 12 céntimos por mensaje;
- Centro de Comunicación de O2. El Centro de Comunicación permite a los clientes guardar información como números de teléfono, notas o temas de agenda en un área segura en el website de O2 Germany. Si el cliente cambia de terminal o éste ha sido perdido o robado, esta información puede ser fácilmente descargada y restaurada. También se puede acceder al e-mail vía WAP Push o MMS;
- O2 ICE, terminal 3G de marca blanca con MP3, cámara de 1,3 megapixel y botón para acceder a la tienda de música de O2. También se incluye una tarjeta de 512 MB Micro SD, con capacidad para almacenar alrededor de 500 canciones. El O2 ICE cuesta 9,99 euros para los clientes que firmen un contrato Genion de 24 meses con tarifa plana Genion;
- “Bonus World”, un nuevo programa de bonos para todos los clientes de O2, en vigor desde el 1 de septiembre hasta el 27 de noviembre. A través de la participación en encuestas y usando su teléfono los clientes podrán ganar bonos de puntos que pueden ser canjeados por llamadas gratuitas, mensajes SMS y otras ofertas especiales.

O2 Ireland

Los ingresos de servicio del tercer trimestre de 2006 han presentado una caída interanual del 1,7%, debido a la regulación de las tarifas de terminación, la creciente competencia y la introducción de nuevas ofertas para los clientes. El recorte de las tarifas de terminación del IPC-11% en enero ha impactado en el crecimiento de los ingresos de servicio en el tercer trimestre en aproximadamente

un 2%. En el periodo de ocho meses finalizado en Septiembre, los ingresos de servicio han mostrado un crecimiento interanual del 2,0% hasta alcanzar 601 millones de euros, impulsados por el crecimiento en la base de clientes.

A pesar del entorno competitivo, O2 Ireland ha registrado un buen comportamiento, situándose las altas brutas en un nivel similar al registrado en el segundo trimestre, mientras que las altas netas de contrato superaron las obtenidas en el tercer trimestre del año pasado. La ganancia neta del tercer trimestre se situó en 4.000 clientes, alcanzando la base total 1,603 millones de clientes, un 2,1% por encima de la registrada en el mismo periodo del ejercicio anterior.

La ganancia neta de clientes de contrato en O2 Ireland se ha situado en 16.000 en el tercer trimestre del ejercicio. El ARPU de los últimos doce meses de contrato, 1.040 euros, ha sido 35 euros inferior al registrado en el tercer trimestre del ejercicio anterior, y 23 euros inferior al del segundo trimestre, reflejando el impacto de las nuevas tarifas de terminación.

El ARPU de los últimos doce meses de prepago se ha situado en 356 euros, 3 euros por debajo del registrado en el mismo periodo del ejercicio anterior y 4 euros por debajo del registrado en el segundo trimestre de 2006.

El ARPU total, de 545 euros, se ha visto reducido en aproximadamente 10 euros debido al recorte de tarifas de terminación, situándose 6 euros por debajo del registrado el mismo trimestre del año pasado e inferior también 6 euros al del segundo trimestre de 2006.

El MOU trimestral se ha visto incrementado interanualmente en un 9%, principalmente gracias al éxito de la promoción de la tarifa de 1 céntimo/minuto los fines de semana en prepago.

El ARPU de datos de los últimos doce meses ha sido de 116 euros, 3 euros superior al registrado en el tercer trimestre del año anterior y 1 euro inferior al del segundo trimestre. Los usuarios de datos (no SMS) crecieron interanualmente un 45%.

Adicionalmente a lo anterior, O2 Ireland ha lanzado una serie de iniciativas comerciales durante el trimestre, entre las que se incluyen:

- “Free Fiver Days”, una promoción de 3 meses lanzada el 1 de junio, que ofrece a los clientes de prepago un 25% de recarga extra para recargas superiores a 20 euros que se realicen en viernes a través de una oficina AIB (Allied Irish Banks) o de un cajero del Banco de Irlanda, mediante SMS o online;
- Doble de minutos durante 6 meses para todos los planes “Active Life” para nuevos clientes y migraciones;
- Prueba de un nuevo programa de reparaciones de dispositivos –Swap Out Service (SOS)- en sus tiendas de O2. Se proporciona a los clientes de forma inmediata un terminal sustitutivo en caso de que presenten un terminal defectuoso que esté dentro del periodo de garantía.

O2 Ireland también ha continuado promocionando las siguientes ofertas:

- Las llamadas y SMS a un céntimo por minuto los fines de semana para los clientes de Speakeasy se extendió hasta el 25 de febrero de 2007;
- 20% extra en llamadas y SMS cada mes de por vida para todas las tarifas de contrato online: Online Active life, Online Easy and Online Text life;

- Tarifa de roaming “My Europe”, un conjunto de tarifas de voz aplicable en la Unión Europea. Los clientes de O2 disfrutaban de tarifas de 59 céntimos por minuto cuando realicen o reciban llamadas dentro de la Unión Europea, con independencia de la hora y de la red de telefonía móvil utilizada;

Telefónica O2 Czech Republic¹

Los ingresos de servicio del negocio móvil han presentado un crecimiento del 6,5% en el trimestre debido al crecimiento interanual de la base de clientes del 6,0% hasta alcanzar los 4.760 millones, parcialmente compensado por descensos en la cifra del ARPU.

La ganancia neta de clientes de contrato en el trimestre ha sido de 55.000, alcanzando 1,782 millones, lo que representa un crecimiento interanual del 28,4%. Los clientes de contrato representan el 37,4% de la base total de clientes al final del tercer trimestre del ejercicio, en comparación con la cifra del 30,9% de septiembre de 2005. Este crecimiento ha sido consecuencia tanto de la captación de nuevos clientes en el mercado como el resultado de campañas de estímulo de migración de clientes de prepago a contrato, lo que también ha influido en la reducción de la base de clientes de prepago con respecto al mismo periodo del ejercicio anterior y al trimestre precedente.

El ARPU de contrato de doce meses, de 12.130 coronas checas, ha sido inferior en 2.630 coronas checas a la cifra alcanzada en el mismo periodo del ejercicio anterior, y 420 coronas checas por debajo del trimestre previo, principalmente debido al efecto de la migración de clientes de prepago y el alto nivel de penetración en el mercado celular checo.

La base de clientes de prepago se ha visto reducida en 65.000 en el trimestre debido a la no migración a la tecnología GSM de clientes de la red NMT que habían sido desconectados en el mes de junio, así como al proceso de migración de clientes de prepago a contrato. EL ARPU de prepago de 12 meses, de 2.854 coronas checas, ha sido 129 coronas checas inferior al del tercer trimestre del año anterior y 21 coronas checas inferior al del trimestre anterior.

El ARPU total de 12 meses ha sido de 6.089 coronas checas en el tercer trimestre, 54 coronas checas inferior al del mismo periodo del ejercicio anterior, pero 6 coronas checas superior al del trimestre previo.

El ARPU de datos de 12 meses ha sido de 1.281 coronas checas, lo que supone un incremento de 93 coronas checas en comparación con el tercer trimestre del ejercicio anterior y 13 coronas checas superior al del trimestre previo.

El MOU trimestral se ha mantenido en los 102 minutos, un 9% superior al del mismo periodo del ejercicio anterior, principalmente debido al incremento de la base de clientes de contrato y a campañas de estímulo del tráfico.

En el negocio de telefonía fija, la cifra de ingresos en los primeros nueve meses del ejercicio han sufrido un descenso del 4,8% hasta alcanzar los 22,5 miles de millones de coronas checas como resultado del declive continuado de ingresos procedentes del negocio de voz tradicional que no han podido ser totalmente compensados con el incremento de ingresos de servicios de banda ancha. Los ingresos procedentes de servicios de banda ancha se han visto incrementados interanualmente en un 48,8% hasta alcanzar los 2.000 millones de coronas checas.

La ganancia neta de conexiones ADSL en el tercer trimestre ha sido de 41.000, debido fundamentalmente a las campañas de marketing realizadas con ocasión del incremento de velocidad en las conexiones de banda ancha. La planta de ADSL a la finalización del trimestre es de 427.000, que se compara con las 221.000 líneas alcanzadas en septiembre de 2005.

En relación con el cambio de marca, Telefónica O2 República Checa ha lanzado una serie de nuevos productos y servicios, de entre los que destacan:

- O2 TV, el nuevo servicio de televisión IP disponible para más de 1 millón de líneas fijas en Praga, Brno y otras ciudades. Utilizando la plataforma Imagenio desarrollada por Telefónica, los clientes pueden acceder a cientos de películas y a una amplia selección de canales de TV y emisoras de radio, así como a la Videotéka (la Biblioteca), una tienda de alquiler virtual de vídeos, así como a TV Archiv (Archivo de TV), que permite a los clientes ver películas, series y retransmisiones deportivas que hayan ocurrido en los últimos siete días.
- O2 Simple, que consiste en dos nuevas tarifas mediante las cuales los clientes pueden elegir lo que quieren consumir (240 o 600 coronas checas), y recibir un bonus adicional de 20 o 40 coronas checas al mes en tráfico de voz o SMS. Los clientes no deben preocuparse más acerca de cuántos minutos de voz o SMS específicos deben contratar en un paquete tarifario, ni tampoco de cuántos usen.
- O2 Lollipop, que consiste en un bonus de descuento de 2.000 coronas checas en facturas de telefonía móvil en un periodo de 12 meses para clientes actuales y nuevos que combinen dos servicios provistos por Telefónica O2 con un tercero. Para poder disfrutar del descuento, los clientes deben usar activamente al menos una combinación de tarifas fija y móvil junto con un servicio adicional específico, de entre los que se incluye el acceso a Internet (O2 Internet Expres o acceso móvil), o O2 TV.

¹ Tras la fusión de Cesky Telecom y Eurotel el 1 de julio de 2006, todos los cargos inter compañía entre los segmentos fijo (ČESKÝ TELECOM) y móvil (Eurotel) se consideran intra compañía. De este modo, los resultados financieros de los segmentos fijo y móvil para los primeros nueve meses del ejercicio 2006 se han publicado excluyendo ingresos y costes entre segmentos. Los resultados financieros correspondientes a los nueve primeros meses de 2005 han sido ajustados del mismo modo para que sean comparables. No obstante lo anterior, el cálculo del ARPU de telefonía móvil no ha tenido en cuenta el anterior ajuste.

O2 Airwave

Tras la conclusión con éxito de las negociaciones para equipar a los Servicios de Bomberos y Rescate en Gales y Escocia con un servicio de comunicaciones de voz y datos seguro y fiable, como se anunció en el segundo trimestre, Airwave ha firmado un contrato de 10 años de duración con el Servicio de Ambulancias Escocés, valorado en casi 50 millones de libras, para prestarle sus servicios. Se prevé cerrar las negociaciones con el Servicio de Ambulancias de Gales en un futuro próximo.

El lanzamiento del servicio de Airwave para la agrupación de ambulancias en Inglaterra progresa adecuadamente con tres agrupaciones ya preparadas para el servicio, con lo que se completa la primera fase del programa de ambulancias.

Durante el trimestre Airwave adquirió Decision Focus, el proveedor líder mundial de aplicaciones de gestión de radio TETRA con probada experiencia de éxito con clientes de seguridad pública. Sus capacidades líderes en el mercado en gestión de activos de radio y móviles y mapeo de la flota de

TETRA, hacen de esta compañía un valioso activo para Airwave. Decision Focus cuenta también con enormes capacidades en cuanto a consultoría de procesos y proporciona rediseño de procesos y servicios de implementación a un amplio número de clientes en un amplio número de sectores, lo que le permite reducir costes y mejorar la eficiencia operativa. Decision Focus cuenta con aproximadamente 80 clientes en UK y a nivel mundial, la mayoría de los cuales opera exclusivamente en seguridad pública.

Airwave cuenta actualmente con más de 200.000 clientes en su red y está suministrando el servicio a más de 200 organizaciones de seguridad pública y de otros sectores.

OBJETIVOS FINANCIEROS²

• O2 UK

Dado el elevado ritmo de crecimiento de la base de clientes, O2 UK espera ahora que el crecimiento de ingresos de servicio en el periodo Febrero-Diciembre 2006 se sitúe en el rango del 14% - 15%. Dada esta elevada tasa de crecimiento, y la creciente intensidad competitiva del mercado de UK, se espera que el margen OIBDA para el periodo de 11 meses finalizado en Diciembre 2006 sea alrededor de un punto porcentual inferior al periodo comparable del ejercicio anterior.

• O2 Germany

El crecimiento de ingresos de servicio de O2 Germany se situará en la parte alta de un dígito para el periodo de 11 meses que finaliza en Diciembre de 2006, frente a la parte baja de doble dígito anunciada anteriormente. En el periodo Febrero-Diciembre 2006, se espera que el margen OIBDA permanezca estable respecto al mismo periodo de 2005, como se había anunciado.

• CapEx Grupo O2

El CapEx del Grupo O2, excluyendo adquisiciones, se espera que se sitúe en la parte media del rango entre los 2.000 y los 2.300 millones de euros para el periodo de 11 meses que finaliza en Diciembre de 2006.

• Telefónica O2 Czech Republic

Se prevé que los ingresos del Grupo en el periodo de 12 meses hasta Diciembre de 2006 alcancen el mismo importe que en 2005, en moneda local. Se prevé que el OIBDA para el periodo de 12 meses finalizado en Diciembre de 2006 crezca alrededor de un 2%, en moneda local, comparado con el mismo periodo del ejercicio anterior, frente al crecimiento plano anteriormente anunciado. Se confirma el guidance de CapEx en el entorno de los 225 millones de euros para el conjunto del año.

² El guidance de 2006 asume tipos de cambio constantes a cierre de 2005 y excluye cambios en el perímetro de consolidación. El Resultado operativo antes de Depreciación y Amortización excluye ingresos y gastos excepcionales no previsibles en 2006. A efectos comparativos, los ingresos y gastos excepcionales de 2005 se han eliminado también de las cifras reportadas. El guidance del Grupo O2 no incluye Telefónica O2 Czech Republic ni Telefónica Deutschland, y el guidance de O2 Germany no incluye Telefónica Deutschland. Para O2, el ejercicio fiscal corresponde al periodo Febrero-Diciembre.

1. Clientes

Móviles	Cientes a 30 Septiembre 2005 000's	Cientes a 31 Diciembre 2005 000's	Cientes a 31 Marzo 2006 000's	Cientes a 30 Junio 2006 000's	Ganancia Neta en el periodo 000's	Cientes a 30 Septiembre 2006 000's
O2 UK						
Prepago	9.858	10.479	10.654	10.940	316	11.256
Contrato	5.228	5.502	5.686	5.874	208	6.082
Total	15.086	15.981	16.340	16.814	524	17.338
O2 Germany						
Prepago	4.254	4.799	4.987	5.143	198	5.341
Contrato	4.692	4.970	5.112	5.192	96	5.288
Total	8.946	9.769	10.099	10.335	294	10.629
O2 Ireland						
Prepago	1.148	1.173	1.154	1.147	(12)	1.135
Contrato	422	429	439	452	16	468
Total	1.570	1.602	1.593	1.599	4	1.603
Manx						
Prepago	45	45	45	47	1	48
Contrato	21	22	22	22	-	22
Total	66	67	67	69	1	70
O2 Czech Republic						
Prepago ⁽¹⁾	3.101	3.130	3.052	3.043	(65)	2.978
Contrato	1.388	1.546	1.643	1.727	55	1.782
Total	4.489	4.676	4.695	4.770	(10)	4.760
O2 Group						
Prepago	18.406	19.626	19.892	20.321	437	20.758
Contrato	11.751	12.469	12.902	13.267	375	13.642
Total	30.157	32.095	32.794	33.588	812	34.400
Porcentaje Prepago	61,0%	61,1%	60,7%	60,5%	53,8%	60,3%
Porcentaje Contrato	39,0%	38,9%	39,3%	39,5%	46,2%	39,7%

(1) Base de clientes activos en los últimos 13 meses

1. Clientes (continuación)

Fijos	Cientes a 30 Septiembre 2005 000's	Cientes a 31 Diciembre 2005 000's	Cientes a 31 Marzo 2006 000's	Cientes a 30 Junio 2006 000's	Ganancia Neta durante el periodo 000's	Cientes a 30 Septiembre 2006 000's
O2 Czech Republic⁽¹⁾						
Telefonía Fija	3.003	2.908	2.817	2.666	(129)	2.537
Datos e Internet	621	606	589	563	(8)	555
ADSL	176	226	283	326	38	364
TV de pago	0	0	0	0	3	3
Total Minorista	3.624	3.514	3.405	3.229	(134)	3.095
ADSL Mayorista	45	48	55	60	3	63
Total Mayorista	56	62	71	79	6	85
Total Accesos	3.680	3.576	3.476	3.308	(128)	3.180
Manx Telecom						
PSTN	61	61	60	60	1	61
ADSL	7	8	8	9	1	10

(1) La definición de accesos de telefonía fija excluye ahora las líneas que sólo reciben tráfico entrante.

2. Ingreso Medio por Cliente (ARPU)⁽¹⁾ - Libras

	30 Septiembre 2005 £	31 Diciembre 2005 £	31 Marzo 2006 £	30 Junio 2006 £	30 Septiembre 2006 £
O2 UK					
Media mensual del trimestre					
Prepago	12	12	12	12	12
Contrato	44	43	42	43	43
Total	23	23	22	23	23
O2 Germany					
Media mensual del trimestre					
Prepago	7	7	6	6	6
Contrato	30	28	26	27	28
Total	19	18	17	17	17
O2 Ireland					
Media mensual del trimestre					
Prepago	21	21	20	20	20
Contrato	62	60	60	61	57
Total	32	31	31	32	31
O2 Czech Republic					
Media mensual del trimestre					
Prepago	6	6	5	6	6
Contrato	26	25	24	24	24
Total	12	12	12	12	12

(1) Se ha adoptado la definición de ARPU de Telefónica para todos los negocios.

3. ARPU Datos⁽¹⁾ (media mensual del trimestre) - Libras

	30 Septiembre 2005 £	31 Diciembre 2005 £	31 Marzo 2006 £	30 Junio 2006 £	30 Septiembre 2006 £
O2 UK	6,4	6,8	6,7	6,9	7,2
% datos no-SMS	12,4%	12,2%	12,5%	13,3%	13,1%
O2 Germany	4,4	4,2	4,1	3,7	3,9
% datos no-SMS	21,0%	21,7%	23,0%	21,5%	21,4%
O2 Ireland	6,4	6,5	6,5	6,5	6,7
% datos no-SMS	8,8%	11,8%	13,8%	15,6%	18,4%
O2 Czech Republic	2,4	2,6	2,5	2,5	2,6
% datos no-SMS	40,6%	40,2%	39,1%	38,7%	43%

(1) Se ha adoptado la definición de ARPU de Telefónica para todos los negocios.

4. Ingreso medio por cliente⁽¹⁾ (ARPU) - Euros

	30 Septiembre 2005	31 Diciembre 2005	31 Marzo 2006	30 Junio 2006	30 Septiembre 2006
	€	€	€	€	€
O2 UK					
Media mensual del trimestre					
Prepago	17	17	17	17	18
Contrato	65	64	62	63	64
Total	33	33	32	33	34
O2 Germany					
Media mensual del trimestre					
Prepago	11	10	9	9	9
Contrato	44	41	39	39	41
Total	28	27	24	24	25
O2 Ireland					
Media mensual del trimestre					
Prepago					
Contrato	31	31	29	29	30
Total	91	88	87	88	83
Total	47	46	45	46	45
O2 Czech Republic					
Media mensual del trimestre					
Prepago	9	8	8	8	9
Contrato	38	37	35	35	35
Total	17	18	17	18	18
Tipos de cambio trimestrales					
EUR/GBP	1,4633	1,4701	1,4576	1,4530	1,4706
CZK/EUR	29,677	29,298	28,600	28,384	28,330

(1) Se ha adoptado la definición de ARPU de Telefónica para todos los negocios.

5. ARPU Datos⁽¹⁾ (media mensual del trimestre) - Euros

	30 Septiembre 2005	31 Diciembre 2005	31 Marzo 2006	30 Junio 2006	30 Septiembre 2006
	€	€	€	€	€
O2 UK	9,4	10,0	9,8	10,0	10,6
% datos no-SMS	12,4%	12,2%	12,5%	13,3%	13,1%
O2 Germany	6,4	6,1	5,9	5,4	5,8
% datos no-SMS	21,0%	21,7%	23,0%	21,5%	21,4%
O2 Ireland	9,8	9,6	9,5	9,5	9,9
% datos no-SMS	8,8%	11,8%	13,8%	15,6%	18,4%
O2 Czech Republic	3,5	3,8	3,7	3,7	3,8
% datos no-SMS	40,6%	40,2%	39,1%	38,7%	43%

(1) Se ha adoptado la definición de ARPU de Telefónica para todos los negocios.

6. Ingreso medio por cliente⁽¹⁾ (ARPU) – Coronas checas

	30 Septiembre 2005	31 Diciembre 2005	31 Marzo 2006	30 Junio 2006	30 Septiembre 2006
	CZK	CZK	CZK	CZK	CZK
O2 Czech Republic					
Media mensual del trimestre					
Prepago	254	243	226	239	243
Contrato	1.137	1.078	996	989	989
Total	519	514	490	507	519

(1) Se ha adoptado la definición de ARPU de Telefónica para todos los negocios.

7. ARPU Datos⁽¹⁾ (media mensual del trimestre) – Coronas checas

	30 Septiembre 2005	31 Diciembre 2005	31 Marzo 2006	30 Junio 2006	30 Septiembre 2006
	CZK	CZK	CZK	CZK	CZK
O2 Czech Republic	104	110	106	104	108
% datos no-SMS	40,6%	40,2%	39,1%	38,7%	43%

(1) Se ha adoptado la definición de ARPU de Telefónica para todos los negocios.

8. MoU (media mensual del trimestre)

	30 Septiembre 2005	31 Diciembre 2005	31 Marzo 2006	30 Junio 2006	30 Septiembre 2006
O2 UK	158	165	162	169	175
O2 Germany	118	124	127	128	124
O2 Ireland	222	224	220	237	241
O2 Czech Republic	94	97	96	102	102

9. Mensajes SMS

Periodo de 3 meses terminado en:	30 Septiembre 2005	31 Diciembre 2005	31 Marzo 2006	30 Junio 2006	30 Septiembre 2006
	millones	millones	millones	millones	millones
O2 UK	3.436	3.908	4.070	4.368	4.651
O2 Germany	712	746	742	727	727
O2 Ireland	362	384	376	392	397
O2 Czech Republic	633	685	690	692	698
Manx	11	11	11	12	12
Grupo O2	5.154	5.734	5.891	6.191	6.485

O2 Contacts:

Richard Poston
Director, Corporate Affairs
O2 plc
richard.poston@O2.com
t: +44 (0)1753 628039

John Crosse
Investor Relations Manager
O2 plc
john.crosse@O2.com
t: +44 (0)1753 628198

David Nicholas
Communications Director
O2 plc
david.nicholas@O2.com
t: +44 (0) 771 575 9176

Simon Gordon
Head of Media Relations
O2 plc
simon.gordon@O2.com
t: +44 (0)771 007 0698

O2 press office: 01753 628402

All O2 Group news releases can be accessed at our web site: www.O2.com

[end]