



Alger, le 6 aout 2020

Communiqué de presse

Djezzy réaffirme sa responsabilité sociétale et accélère son plan d'investissement au 2e trimestre 2020

Dans un contexte marqué par la propagation de la COVID-19, Djezzy a adapté sa stratégie pour servir au mieux ses clients et assumer sa responsabilité sociétale. L'entreprise a notamment investi près de 10 milliards de centimes dans l'achat d'équipements médicaux accompagnant les actions du Ministère de la Santé et dans l'aide apportée aux plus démunis à travers la distribution de 14 000 couffins.

Au cours du deuxième trimestre 2020, la continuité de service a pu être préservée grâce à une adaptation rapide de la société face au COVID pour préserver la sécurité des employés mais aussi celles de ses clients : la grande majorité des employés a ainsi été mise en télétravail tandis que les mesures barrières étaient renforcées pour le personnel sur le terrain (hygiaphones en boutiques, masques et gels pour les effectifs techniques).

Concernant les clients, la modernisation de la DjezzyApp a permis d'accélérer significativement le paiement par Flexy, évitant aux clients de se déplacer en magasins. Cette adaptation rapide de l'entreprise à ce contexte inédit a été rendue possible grâce aux efforts de transformation digitale et de modernisation des process mis en œuvre par Djezzy au cours des dernières années,

Au cours du deuxième trimestre 2020, Djezzy a également réaffirmé son engagement de proposer la meilleure expérience client en Algérie en investissant 3,1 milliards de dinars dans son réseau, soit une hausse de 68% par rapport au trimestre précédent. Djezzy couvre désormais 41 wilayas et 44% de la population en 4G contre 75% de la population en 3G. Ces investissements viennent répondre à une consommation data en constante accélération : cette dernière est ainsi passée de 2,7 Go à plus de 5 Go par utilisateur soit une hausse de 87,2 % comparé à la même période en 2019. Les revenus data se sont établis au cours du deuxième trimestre à 8 milliards de dinars en conséquence, soit une hausse annuelle de 24,3%. Grâce à une stratégie commerciale agressive et une meilleure segmentation de ses offres, Djezzy a vu son ARPU augmenter de 3% en dépit d'une base client en déclin à 13,9 millions de clients.

La dynamique sectorielle, l'asymétrie des tarifs d'interconnexion et l'impact socio-économique de la COVID-19 ont été mitigés par le nouveau modèle opérationnel agile de l'entreprise, qui a permis d'assurer la continuité des opérations technologiques et commerciales pour l'ensemble des clients de Djezzy. Le chiffre d'affaires global s'est ainsi établi à 20,6 milliards de dinars, pour un EBITDA de 8,2 milliards de dinars, soit une marge d'EBITDA de 40%, confirmant la bonne santé financière de l'entreprise et la stabilisation de sa performance organique.