

## Koncernchefens bolagsstämotal 3 april 2012

Bästa aktieägare,

2011 var ett spännande år - både för TeliaSonera och branschen i stort.

Det började med den arabiska våren där betydelsen av telekommunikationstjänster blev uppenbar. På våra egna marknader exploderade efterfrågan på smarta telefoner och surfplattor, vilket drev trafiken i våra nät till nya höjder.

Det blir alltmer uppenbart att de tjänster TeliaSonera erbjuder utgör en allt viktigare del av våra liv. Orsaken till det är att vi tillgodoser ett grundläggande mänskligt behov - att kommunicera – på ett enkelt, effektivt och lättillgängligt sätt.

Sedan tillkomsten av informationssamhället för några årtionden sedan har vi sett tre banbrytande utvecklingssteg, som i grunden ändrat sättet människor kommunicerar och umgås på.

PC:n intog scenen på 80-talet - och på 90-talet kopplades datorerna upp till nätverk och internet. Efter millennieskiftet gjorde bärbara datorer och 3G-tekniken att kommunikationen blev mobil.

I slutet av 2011 fanns det omkring 5 miljarder mobilabonnemang i världen och 2 miljarder människor var uppkopplade mot internet. Detta innebär att på bara några få årtionden har våra kommunikationstjänster förändrats från att vara dyra och exklusiva till tjänster som är outhärliga, överkomliga i pris och en naturlig del av vår vardag - i hela världen.

Nu befinner vi oss mitt i nästa stora skifte, den fjärde generationens informationssamhälle.

Under de senaste 24 månaderna har vi sett en explosionsartad tillväxt i användandet av smarta telefoner. Tillsammans med framväxten av sociala media, som Facebook med närmare 1 miljard användare, har de här telefonerna förändrat sättet vi kopplar upp oss och interagerar på, liksom sättet vi arbetar och umgås på.

Nu har vi familjen, vännerna och kollegorna i vår ficka, bara en knapptryckning bort. Men informationssamhället har blivit smart, socialt och globalt.

Det kanske låter kaxigt men vi anser att vi är i centrum av denna utveckling, i förarsätet av den fjärde generationens informationssamhälle. Oavsett vilken utrustning, operativsystem eller plattform du använder eller till och med i vilket land du befinner dig i, säkerställer vi att din kommunikation fungerar. Vi ser till att du kan koppla upp dig till vem som helst, när som helst och var som helst - kort sagt, att du kan kommunicera.

Om vi bara backar några få år tillbaka skulle få av oss kunnat förutspå att telekommunikationstjänster skulle ändra länder och ekonomier, övervinna diktaturer och skapa demokrati.

Vi är övertygade om att våra kommunikationstjänster bidrar till samhällsutvecklingen på ett mycket positivt sätt - de ger möjlighet att dela information, utbyta idéer och hålla kontakt.

Samtidigt gör våra tjänster det möjligt att ta del av utbildning, göra affärer, överföra pengar och få tillgång till läkarvård över nätet.

Trots detta finns det röster som anser att TeliaSonera inte bör bedriva verksamhet i länder med bristande demokratiska traditioner.

Vi är övertygade om att tillgång till telefoni och Internet bidrar till utveckling av såväl ekonomier som mer öppna samhällen och att det därför är bättre att finnas på plats även i länder där det i dag finns mer att önska vad gäller yttrandefrihet och mänskliga rättigheter.

Vi har självfallet en rad utmaningar både vad gäller korruption och mänskliga rättigheter. Därför arbetar vi aktivt med att utveckla ledarskapet i organisationen, baserat på våra grundläggande värderingar och vår uppförandekod.

Vi arbetar också utifrån FNs vägledande principer och OECDs riktlinjer för multinationella företag.

FN:s vägledande principer i syfte att värna de mänskliga rättigheterna är tydliga och klara:

Det är politiker och regeringar som har till uppgift att se till att mänskliga rättigheter skyddas och att rätten till det fria ordet upprätthålls.

Vi som företag, måste alltid följa nationell lagstiftning. Därutöver är det också vår uppgift att utifrån FN:s ramverk vidareutveckla arbetet med att respektera mänskliga rättigheter.

Det gör vi bland annat i dialog med andra företag i telekomsektorn. Tillsammans försöker vi utveckla gemensamma principer att utgå ifrån när det uppstår en konflikt mellan mänskliga rättigheter och nationell lagstiftning.

Samtidigt kan vi konstatera att FN, som ett av millenniemålen, betonar vikten av utbyggd telekommunikation.

Därför är TeliaSonera fast beslutet att överbrygga den digitala klyftan genom att erbjuda våra tjänster och bygga ut våra nätverk på såväl mogna marknader som på tillväxtmarknader.

Under 2011 ökade vi antalet abonnenter, inklusive våra intressebolag, med 13 miljoner till totalt 170 miljoner - hela vägen från de nordiska länderna, genom våra marknader i Eurasien ända bort till Himalaya i Nepal.

Vi investerade mer än 17 miljarder i nät och licenser förra året.

Vi har tagit det tekniska ledarskapet på många av våra marknader genom att vara först i världen med att lansera 4G-tjänster – och med Azercells 3G-lansering i Azerbajdzjan i november erbjuder vi nu 3G-tjänster på alla våra marknader i Eurasien.

Sammantaget innebär denna utveckling att datatrafiken i våra nät kommer att fortsätta att växa lavinartat. Idag står röstsamtal för åttio procent av intäkterna och data för cirka tjugo. Tittar vi på trafiken i näten är förhållandet det omvända: röst står för tjugo procent och data för åttio.

Utvecklingen kommer att fortsätta mot enbart datatrafik, vilket gör att den nuvarande affärsmodellen i industrin måste ändras under de kommande åren.

Under mer än hundra år hade vi bara en tjänst: rösttelefoni.

Nu använder våra kunder tusentals tjänster via sina smarta telefoner, datorer och surfplattor.

TeliaSonera är pionjär på det här området:

**2009** argumenterade vi för att fasta månadskostnader för obegränsad mängd data inte fungerar över tid

**2010** visade vi skeptiska investerare att vi faktiskt kan möta de kraftigt ökande behoven av kapacitet och bandbredd till en rimlig investeringsnivå.

**2011** sänkte vi priserna med långt över 50 procent och införde kostnadskontroll för att få tillgång till våra datatjänster internationellt – så kallad roaming.

Vi driver utvecklingen!

I maj förra året tydliggjorde vi vår strategi att vara ett smart, ledande internationellt företag, med en stark lokal kännedom och förankring, genom att samla alla våra huvudvarumärken under en gemensam identitet.

Arton operatörer delar nu samma identitet och logotyp - men behåller sina egna namn.

Det gemensamma varumärket förstärker vår position ytterligare internationellt, genom att tydliggöra TeliaSoneras unika kombination av global räckvidd och lokal förankring.

Vår styrka ligger i kombinationen av dessa kännetecken.

Vi är en av Europas ledande operatörer med en stor erfarenhet av att bygga nät, utveckla telekommunikationstjänster och vi har starka finansiella muskler.

Samtidigt arbetar vi med starka lokala varumärken och är mycket nära våra kunder på varje marknad. Det skiljer oss tydligt från våra konkurrenter.

Vår strategi är baserad på att erbjuda en kundupplevelse i världsklass, baserad på högkvalitativa nät och en produktportfölj som uppfyller våra kunders behov.

Vi har också en medveten strategi att vara tidiga med att lansera ny teknik i en kommersiellt rimlig takt.

Våra kunder kan numera använda mobilen på samma sätt när de reser utomlands som när de är hemma, utan att överraskas av chockhöga fakturor när de återvänder hem, eftersom vi sänkt priserna kraftigt och infört kostnadskontroll.

Vi är övertygade om att högre användande på ett par års sikt kommer att leda till högre intäkter, trots den radikala prissänkningen.

Faktum är att vi redan nu kan se att volymerna mer än fördubblats jämfört med för ett år sedan.

Finansiellt var 2011 ännu ett starkt år för TeliaSonera. Vi är stolta över att vi lyckades skapa tillväxt och behålla en god balans mellan intäkter och kostnader och därmed förbättra vår EBITDA-marginal för tredje året i rad. Trots att vi gjorde omfattande investeringar under året som gick tillåter vår starka finansiella ställning att styrelsen föreslår en höjning av ordinarie utdelning, vilket ger en god direktavkastning för våra aktieägare.

Blickar vi framåt tror vi att våra intäkter och vinster kommer att fortsätta växa trots stora utmaningar avseende såväl konjunkturen som inom branschen.

Tack!