



Orange déploie sa nouvelle vision et sa campagne de marque en Afrique

A partir du 18 mai, Orange lance dans la majorité des pays d'Afrique⁽¹⁾ où la marque est présente une campagne pan-africaine révélant sa nouvelle vision internationale « together we can do more ». Signée « plus loin ensemble » dans les pays francophones, cette vision est fondée sur une conviction forte : « chez Orange, nous pensons que chacun de nous est ce que les autres l'aident à devenir et à accomplir dans la vie. Nous croyons à l'action collective au bénéfice de chacun ». L'aspiration d'Orange est de permettre à chacun de mieux communiquer, collaborer et co-crée avec les autres en proposant des produits et des services toujours plus simples et innovants.

Les dimensions de partage, de communauté, de reconnaissance qui portent cette vision sont ancrées dans la culture africaine et communes à tous les pays du continent. Le principe d'une campagne unique pan-africaine s'est donc naturellement imposé, renforçant ainsi la cohérence de la marque à travers les marchés et la proximité avec ses clients.

Le ton de cette campagne est donné par la phrase de fin du film : « je suis heureux parce que grâce à tous je peux partager la richesse de mes rencontres avec ceux que j'aime ».

C'est la première fois qu'Orange déploie une campagne de marque unique sur autant de pays. Coordinée par le groupe Publicis, cette campagne est le fruit d'une collaboration étroite entre toutes les filiales concernées et leurs agences de publicité respectives.

Le dispositif de lancement est composé d'un film publicitaire TV commun à tous les pays ainsi que de déclinaisons presse et affichage.

Ce lancement pan-africain complète le déploiement mondial de la nouvelle vision d'Orange, qui s'est échelonné sur les pays de la zone Europe tout au long du second semestre 2008 et au premier trimestre 2009, s'adressant ainsi aux 123 millions de clients d'Orange à travers plus de 30 pays. Il se déroule l'année où la marque Orange, classée 53ème marque mondiale dans la dernière étude Millward Brown, fête son 15ème anniversaire.

(1) - les pays lançant la campagne pan-africaine sont les suivants : Sénégal, Mali, Niger, Guinée, Guinée Bissau, Côte d'Ivoire, Cameroun, République Centrafricaine, Botswana et Kenya.

A propos d'Orange

Orange est la marque phare de France Télécom, un des principaux opérateurs de télécommunications dans le monde. Elle compte 123 millions de clients, pour l'internet, la télévision et le mobile dans la majorité des pays où le Groupe est présent. En 2008, le Groupe a réalisé un chiffre d'affaires de 53,5 milliards d'euros (12,7 milliards d'euros au premier trimestre 2009). Au 31 mars 2009, le Groupe comptait près de 184 millions de clients dans 30 pays, dont 123 millions de clients du mobile et 13 millions de clients ADSL en Europe. Orange est le troisième opérateur mobile et le premier fournisseur d'accès Internet ADSL en Europe et l'un des leaders mondiaux des services de télécommunications aux entreprises multinationales, sous la marque Orange Business Services.

La stratégie du Groupe est fondée sur la convergence et l'innovation. Elle se caractérise par la maîtrise des coûts et vise à faire d'Orange l'opérateur intégré de référence pour les services de télécommunications en Europe. Aujourd'hui, le Groupe reste concentré sur son cœur de métier d'opérateur de réseau, tout en développant ses positions sur des nouvelles activités de croissance. Afin de répondre aux attentes des clients, le Groupe s'efforce de fournir des produits et des services simples et conviviaux, grâce à son modèle de performance durable et responsable qui peut s'adapter aux conditions d'un éco-système en pleine mutation.

France Télécom (NYSE:FTE) est cotée sur Euronext Paris (compartiment A) et sur le New York Stock Exchange.

Pour plus d'informations : www.orange.com, www.francetelecom.com, www.orange-business.com

Contact presse : 01 44 44 93 93

Sébastien Audra - sebastien.audra@orange-ftgroup.com